

## ABSTRACT

This research aims to examine, analyze, and explain the influence of the product quality, price and brand image on the decision of HP iPhone purchase on the management students at STIESIA Surabaya.

This type of research is categorized as research that is descriptive analysis by using quantitative approach. The samples of the research amounted to 100 respondents consisting of consumers who use the HP iPhone in STIESIA Surabaya taken using purposive sampling technique. Data collection using questionnaires. Methods of data analysis by using multiple linear analysis using SPSS application tools (Statistical Product and Service Solution). Instrument testing using validity test and reliability test.

The results showed that product quality variables have a positive and significant influence on purchasing decisions, price variables have a positive and significant influence on purchasing decisions, and brand image variables have a positive and significant influence on purchasing decisions. The dominant variable to the purchase decision is the price variable.

Keywords: product quality, price, brand image and purchase decision



## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji, menganalisa, dan menjelaskan pengaruh kualitas produk, harga dan citra merek terhadap keputusan pembelian HP iPhone pada mahasiswa manajemen di STIESIA Surabaya, serta untuk mengetahui variabel independen (kualitas produk, harga, dan citra merek) manakah yang memiliki pengaruh dominan terhadap variabel dependen (keputusan pembelian).

Jenis penelitian ini dikategorikan sebagai penelitian yang bersifat deksriptif analisis dengan menggunakan pendekatan kuantitatif. Sampel penelitian berjumlah 100 responden terdiri dari konsumen yang menggunakan HP iPhone di STIESIA Surabaya yang diambil menggunakan Teknik *purpose sampling*. Pengumpulan data menggunakan kuesioner. Metode

analisis data dengan menggunakan analisis linier berganda dengan alat bantu aplikasi SPSS (*Statistical Product and Service Solution*). Pengujian instrument menggunakan uji validitas dan uji reliabilitas.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, variabel harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, variabel citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Variabel yang dominan terhadap keputusan pembelian yaitu variabel harga.

Kata kunci: Kualitas Produk, Harga, Citra Merek, Keputusan Pembelian

